

Jurnal Nukleus Peternakan (Juni 2016), Volume 3, No.1:1-8.

ISSN : 2355-9942

DISTRIBUSI MARGIN PADA LEMBAGA-LEMBAGA YANG TERLIBAT DALAM PEMASARAN TERNAK SAPI DI DARATAN TIMOR NUSA TENGGARA TIMUR

*(MARGIN DISTRIBUTION ON CATTLE MARKETING INSTITUTIONS IN WEST TIMOR LAND –
EAST NUSA TENGGARA (WTL-ENT)*

Matheos F. Lalus, Maria R. Deno Ratu

*Fakultas Peternakan, Universitas Nusa Cendana, Jln Adisucipto Kampus Baru Penfui,
Kupang 85001.*

Email: matheoslalus@gmail.com

ABSTRAK

Lembaga perantara yang terlibat dalam pemasaran ternak sapi di DTB-NTT dengan berbagai kegiatan antara lain: pembelian, pengangkutan, sortasi, standarisasi dan grading, dan sebagainya. Penelitian ini dilakukan dengan metode survai. Hasil penelitian ini : IMC antara harga ternak sapi potong di tingkat peternak dan pedagang perantara 1.0040; antara peternak dan pedagang antara pulau 1.0048; antara pedagang perantara dan pedagang antar pulau 1.0714. Berarti dalam jangka pendek harga ternak sapi potong di ketiga pasar belum terintegrasi secara sempurna. Farmer's share sudah berlangsung cukup adil, meskipun pada berbagai tingkatan pasar ternak sapi di wilayah ini belum terintegrasi secara sempurna. Rata-rata *farmer's share* di wilayah penelitian 75,95%. Margin pemasaran 62,17%; profit margin 66.71%. Profit margin terbesar diterima pedagang perantara 60.70%, pedagang antar pulau 29.30%. Distribusi margin pemasaran masih timpang, yakni pedagang perantara 88.57% dan pedagang antar pulau 48.33%.

Kata kunci : farmer's share, margin, distribusi margin, profit margin

ABSTRACT

Marketing institutions that involve in cattle marketing in WTL-ENT has some activities, such as: buying, transportation, sortation, standardization and grading, etc. The research was conducted by applying survey method. The results show that: IMC between the cattle price on farmers' level and middlemen was 1.0040; between the farmers and the outer-island traders was 1.0048; between the middlemen and the outer-island traders was 1.0714. It means, in short-term, the cattle price in those three markets has not been integrated perfectly. However, *farmer's share* has already fair, although the cattle marketing at each market level has not been integrated perfectly. Average of *farmer's share* in research site was 75.95%, marketing margin was 62.17%; and profit margin was 66.71%. The highest profit margin was 60.70% attained by the middlemen, followed by the outer-island traders at 29.30%. Margin distribution has not been balanced yet, since the middlemen gained 88.57% and the outer-island traders gained 48.33%.

Key-words : farmer's share, margin, margin distribution, profit margin

PENDAHULUAN

Barang dan jasa dari produsen hanya akan dapat mencapai konsumen, apabila melalui lembaga-lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran merupakan penghubung di antara petani sebagai produsen ternak sapi dan

konsumen daging sapi melalui kegiatan pemasaran. Ada berbagai kegiatan antara lain pembelian, pengangkutan, sortasi, standarisasi dan grading, pengepakan dan lain sebagainya.

Jika terlalu banyak lembaga yang terlibat dalam pemasaran suatu produk pertanian akan menyebabkan semakin besarnya margin pemasaran. Karena setiap lembaga pemasaran (baik individu maupun kelompok atau lembaga) dalam kegiatan pemasaran mengeluarkan tenaga, biaya dan waktu dalam pelaksanaan berbagai fungsi pemasaran; seperti fungsi pembelian, fungsi penjualan dan fungsi fasilitas. Sehingga harapan terhadap adanya keuntungan (marketing profit) merupakan konsekuensi logis dari segala pengorbanan yang telah dilakukan. Semakin besar margin pemasaran akan menyebabkan farmer's share yang diterima petani akan semakin kecil (Anindita, 2004). Pertanyaannya adalah 'apakah distribusi margin pemasaran dalam pemasaran ternak sapi di wilayah ini sudah berjalan secara proporsional?

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang perlu disimak dan di carikan solusinya adalah sebagai berikut : 1) Pemasaran ternak sapi potong di Timor Barat belum efisien, karena struktur pasar ternak sapi potong di daerah ini cenderung berbentuk oligopsonis. 2) distribusi margin pemasaran di antara pada lembaga perantara belum berjalan secara proporsional. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mempelajari dan menelaah keterpaduan pasar ternak sapi potong pada berbagai tingkat pasar, mulai dari tingkat petani sampai pedagang antar pulau. Penelitian ini juga mempelajari distribusi harga dan margin pemasaran pada para peserta pasar ternak sapi potong (baik ternak hidup maupun dalam bentuk daging) di daratan Timor Barat.

MATERI DAN METODE

Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di DTB-NTT. Untuk ternak sapi potong dipusatkan di dua kabupaten, yakni Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) dan Kabupaten Kupang dengan pertimbangan bahwa kedua wilayah kabupaten ini mempunyai populasi dan aktivitas jual beli ternak sapi terbanyak dibandingkan dengan dua kabupaten lainnya. Sedangkan untuk daging sapi dilakukan pada pasar-pasar yang ada di kota provinsi maupun kota-kota kabupaten yang ada di DTB-NTT.

Di Kabupaten Kupang, kecamatan contoh dan desa contoh sebagai berikut : Kecamatan Fatuleu yakni desa Camplong II dan desa Sillu; Kecamatan Amarasi adalah Desa Oesena dan Desa Kotabes. Sedangkan untuk Kabupaten Timor Tengah Selatan adalah Kecamatan Amanuban Selatan : Desa Bena dan Desa Noemuke. Untuk menentukan pedagang perantara dan pedagang antar pulau dilakukan dengan metoda *snow ball sampling*.

Metoda Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan metoda survai. Pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari petani

maupun penjagal diabatoar atau di rumah potong hewan serta pedagang perantara maupun pedagang antar pulau, dengan berpedoman pada daftar pertanyaan sudah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan untuk data sekunder dikumpulkan dari dinas atau instansi yang berhubungan dengan penelitian ini yakni mulai dari desa sampai dengan provinsi.

Metoda Analisis Data

Metoda yang digunakan untuk menganalisis data penelitian ini adalah analisis keterpaduan pasar pada : lokasi pasar yang berbeda (antar kota kabupaten), peserta pasar sapi potong di DTB-NTT, sebagai berikut analisis data secara kuantitatif dilakukan dengan pendekatan ***Analisis Integrasi Pasar*** secara horizontal maupun vertikal baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.

Analisis Tampilan Pasar

Untuk mengetahui tampilan pasar ternak sapi potong di NTT dilakukan dengan analisis farmer's share, margin pemasaran dan distribusi share keuntungan di antara lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ternak sapi di wilayah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

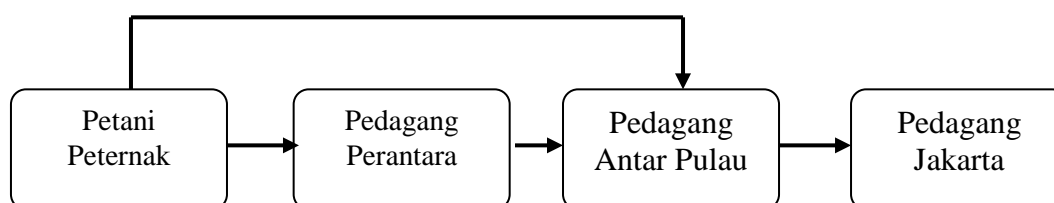
Sistem Pemasaran dan Penentuan Harga Ternak Sapi

Kebanyakan responden petani yang ada, 58 orang (72%) menjual langsung ke pedagang antar pulau sedangkan 22 orang (28%) lainnya menjual melalui pedagang perantara. Ini berarti sebagian besar petani di DTB-NTT tidak lagi menjual ternaknya melalui pedagang perantara; karena pedagang antar pulau di wilayah ini langsung membeli ternak dari petani. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Lulus (2001) untuk komoditas yang sama, di mana ditemukan bahwa 65.85% petani menjual ternak sapi melalui pedagang perantara, karena pada waktu itu alasan yang dikemukakan petani bahwa tempat timbang ternak berlokasi di pelabuhan antar pulau. Akan tetapi hasil penelitian ini menunjukkan sebaliknya, karena pada saat penelitian ini berlangsung tempat penimbangan ternak berlokasi dekat dengan tempat petani. Khusus di Kabupaten Kupang, tempat penimbangan berlokasi di Kecamatan Amarasi Desa Ponain, sedangkan untuk Kecamatan Nekamese dan Kecamatan Taebenu relatif dekat dengan pelabuhan antar pulau sehingga penimbangannya langsung dilakukan di Kanantina Hewan Tenau Kupang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, rata-rata harga yang diterima petani peternak

atas ternak yang dijual melalui penentuan harga berdasarkan BBH adalah sebesar Rp. 8.765.677,97.- dan rata-rata harga yang diterima atas dasar keadaan tubuh bagian luar sebesar Rp. 8.142.857,14.- dengan demikian selisih harga antara dua cara penentuan harga ini sebesar Rp. 622.820,82.- atau dapat dikatakan bahwa jika dalam penentuan harga jual ternak sapi milik petani peternak hanya berdasarkan kondisi tubuh bagian luar saja (tambun tidaknya seekor ternak sapi potong), maka petani masih kehilangan pendapatan sebesar 7.65%. Selisih harga tersebut memang masih jauh di bawah UMR provinsi NTT sebagaimana yang sudah di atas yakni Rp 850.000.-, Jika penentuan harga atas dasar BBH yang dipilih maka petani peternak akan mendapatkan tambahan penerimaan sebesar 7.65%. Jika penentuan harga atas dasar BBH yang dipilih dan ternyata terjadi kecelekaan dan ternak sapi mengalami patah kaki, maka ternak sapi yang seharusnya seharga Rp. 5.000.000.- jika dijual di tempat tinggalnya hanya diharga Rp. 3.000.000 sampai Rp. 3.500.000.-

Gambaran tentang saluran pemasaran ternak sapi potong mulai dari tingkat petani peternak hingga pasar Jakarta yang ditemukan di DTB-NTT.



Efisiensi Pemasaran Ternak Sapi

Asmarantaka (2009) menyatakan bahwa secara teoritis, pemasaran yang efisien adalah pasar persaingan sempurna. Akan tetap struktur pasar ini, tidak ditemukan dalam realita. Ukuran efisiensi adalah kepuasan konsumen, produsen maupun lembaga-lembaga yang

terlibat dalam mengalirkan barang dari produsen sampai konsumen akhir; ukuran untuk menentukan kepuasan ini sulit dan sangat relative, (Raju dan Oppen, 1992; Kohls dan Uhl, 2002 yang disitir Asmarantaka, 2009). Oleh sebab itu, kebanyakan pakar mempergunakan indicator efisiensi operasional

dan efisiensi harga. Efisiensi pemasaran ternak sapi potong di DTB-NTT dilakukan dengan pendekatan market structure, market conduct, market performance (S-C-P) atau pendekatan struktur, perilaku dan tampilan pasar (Sudiyono, 2004, dan Asmarantaka, 2009).

Struktur Pasar

Untuk mengetahui struktur pasar ternak sapi potong di DTB-NTT, dapat dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui respon harga di tingkat petani peternak sebagai akibat kenaikan harga yang terjadi di tingkat pedagang antar pulau. Analisis ini disebut juga sebagai analisis fleksibilitas harga. Hasil analisis data menunjukkan bahwa model regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$\text{LnPf} = 0.6596 + 0.9416 \text{ LnPap} \quad (1)$$

$$\text{Se} : (0.4261) (0.0264)$$

$$\text{Tstat} : (1.5481) (35.6096)$$

$$t_{0.01/2; (80)}: 1.645;$$

$$R^2 = 0.9420; F = 1268.0430$$

Persamaan (1) menunjukkan bahwa koefisien $\beta < 1$ ($b = 0.9416$), berarti struktur pasar ternak sapi potong di DTB-NTT antara petani peternak dan pedagang antar pulau berada dalam keadaan bersaing tidak sempurna. Ketidaksempurnaan persaingan pasar ini menyebabkan perubahan harga yang terjadi di pasar acuan, dalam hal ini pasar Jakarta tidak diteruskan secara sempurna ke tingkat pasar yang di bawahnya. Akibatnya perubahan harga yang terjadi tidak segera dinikmati oleh tingkat pasar paling bawah dalam hal ini para petani peternak. Nilai $R^2 = 0.9420$ menunjukkan bahwa penerimaan petani peternak sapi potong di DTB-NTT 94.20% dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan oleh pedagang antar pulau dan 5.80% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Perilaku Pasar

Analisis perilaku pasar dilakukan untuk mengetahui praktek-praktek penentuan harga dalam pasar, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Praktek-praktek penentuan harga secara kualitatif diuraikan secara deskriptif. Sedangkan analisis kuantitatif dapat dijelaskan

dengan bantuan analisis integrasi pasar secara vertikal yakni mulai dari tingkatan petani peternak sampai dengan pedagang antar pulau. Analisis integrasi pasar digunakan model regresi linear sederhana untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

a. **Praktek-Praktek Penentuan Harga.** Adapun praktek penentuan harga oleh pedagang di Jakarta atas ternak sapi potong asal Nusa Tenggara Timur (khususnya DTB-NTT) atau daerah lainnya di Indonesia maupun ternak impor berdasarkan tampilan fisik ternak yang bersangkutan. Ada 3 kriteria ternak sapi potong yang diberlakukan oleh pedagang Jakarta yakni grade A adalah ternak sapi yang berbadan tambun (gemuk dan tampilan menarik), grade B adalah ternak sapi yang berbadan sedang dan grade C adalah yang berbadan tidak tambun, namun pada akhirnya penentuan harga berdasarkan berat badan hidup. Menurut Kurniawan (2014, tujuan penetapan harga adalah : 1) memperoleh keuntungan yang optimal, 2) membuat perusahaan tetap bertahan, 3) mencapai ROI (*Return on Investment*), menguasai pangsa pasar dan 5) mempertahankan status quo. Sementara itu menurut Arif Rahman (2010) yang disitir Kurniawan (2014) bahwa ada tiga tujuan dalam penetapan harga yaitu :1) berorientasi pendapatan, 2) berorientasi kapasitas dan 3) berorientasi pelanggan.

b. **Analisis Integrasi.** Integrasi pasar secara vertical bertujuan untuk menganalisis keterkaitan pasar di satu pasar dengan pasar di bawah atau di atasnya. Pada umumnya pedagang antar pulau memiliki catatan lengkap secara periodik dalam mingguan maupun bulanan tentang harga beli maupun harga jual ternak sapi potong yang berhasil diantar pulaukan selama tiga tahun yakni sejak 2011 sampai dengan 2013, harga ternak sapi cenderung bervariasi.

Harga Rata-rata ternak sapi potong pada berbagai tingkat pasar di tingkat petani pada tahun 2011 sebesar Rp. 5.251.086,96 pada tahun 2012 naik menjadi Rp. 5.422.093,02 kemudian naik lagi menjadi Rp. 6.283.823,53 pada tahun 2013, atau dalam kurun waktu 2011

sampai dengan tahun 2013 terjadi kenaikan harga sebesar 19.67%. Walaupun terjadi kenaikan harga rata-rata pada peternak, akan tetapi justru penerimaan petani peternak menurun yakni pada tahun 2011 dari Rp. 8.051.666,67 menjadi Rp 7.065.151,52 atau terjadi penurunan harga sebesar 12.25% pada tahun 2012. Selanjutnya pada tahun 2013 terjadi lagi kenaikan penerimaan rata-rata ternak sapi potong dari Rp. 7.065.151,52 menjadi Rp 12.567.647,06 atau terjadi kenaikan penerimaan sebesar 77.88%.

Integrasi Pasar Ternak Sapi Potong di DTB-NTT

Integrasi harga ternak sapi potong dalam jangka pendek antara petani peternak dengan pedagang perantara di DTB-NTT ditunjukkan oleh koefisien regresi ($b_{11}=0.6921$). Hasil pengujian secara statistik, koefisien yang ditemukan berbeda sangat nyata ($P<0.01$). Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan harga di tingkat pedagang perantara sebesar 1%, maka kenaikan harga tersebut akan ditransmisikan kepada petani hanya sebesar 0.69%. Berarti persentase kenaikan harga yang diberlakukan pedagang perantara kepada petani peternak lebih kecil dari kenaikan harga yang diterima pedagang perantara sendiri. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga ternak sapi potong ditingkat peternak tidak terintegrasi secara sempurna dengan harga di tingkat pedagang perantara, (Sexton, King and Carman, 1991.).

Integrasi harga ternak sapi potong dalam jangka pendek antara petani peternak dengan pedagang antar pulau di DTB-NTT ditunjukkan oleh koefisien regresi ($b_{12}=0.6596$). Hasil pengujian secara statistik, koefisien regresi yang ditemukan berbeda sangat sangat ($P<0.01$). Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan harga di tingkat pedagang antar pulau sebesar 1%, maka kenaikan harga tersebut akan ditransmisikan kepada petani hanya sebesar 0.66%. Berarti persentase kenaikan harga yang diberlakukan pedagang antar pulau kepada petani tidak sama dengan kenaikan harga yang diterima pedagang antar pulau dari pedagang di Jakarta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga ternak

sapi potong ditingkat petani belum terintegrasi secara sempurna dengan harga di pedagang antar pulau. Goodwin dan Piggot (2001) menyatakan bahwa integrasi pasar membawa implikasi penting bagi penemuan harga dan berlangsungnya pasar semenjak adanya deviasi dari integrasi yang mungkin secara tidak langsung mengurangi peluang resiko keuntungan bagi para pedagang antar ruang.

Integrasi harga ternak sapi potong dalam jangka pendek antara pedagang perantara dengan pedagang antar pulau di DTB-NTT ditunjukkan oleh koefisien regresi ($b_{13}=0.9868$). Hasil pengujian secara statistik, koefisien yang ditemukan berbeda sangat sangat ($P<0.01$). Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan harga di tingkat pedagang antar pulau sebesar 1%, maka akan kenaikan harga tersebut akan ditransmisikan kepada petani peternak sebesar 0.99% (dibulatkan menjadi 1%). Berarti persentase kenaikan harga yang diberlakukan pedagang antara pulau kepada pedagang perantara sama dengan kenaikan harga yang diterima pedagang antar pulau dari pedagang di Jakarta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga ternak sapi potong ditingkat pedagang perantara terintegrasi secara sempurna dengan harga di tingkat pedagang antar pulau.

Pendekatan lain yang digunakan untuk mengetahui integrasi harga ternak sapi potong dalam jangka pendek di DTB-NTT adalah Index of Market Connection (IMC). Dari hasil analisis diperoleh IMC antara harga ternak sapi potong di tingkat petani peternak dan pedagang perantara sebesar 1.0040; antara petani peternak dan pedagang antara pulau 1.0048; antara pedagang perantara dan pedagang antar pulau sebesar 1.0714. Nampak bahwa koefisien IMC > 0 pada ketiga tingkat pasar ternak sapi potong di DTB-NTT. Berarti dalam jangka pendek harga ternak sapi potong di ketiga pasar tidak terintegrasi secara sempurna, karena perubahan harga yang terjadi di tingkat pasar yang lebih tinggi tidak diteruskan secara sempurna ke tingkat pasar yang lebih rendah. Dengan perkataan lain, apabila terjadi perubahan harga yang diberlakukan pedagang besar di Jakarta kepada pedagang antara pulau, maka perubahan harga

tersebut tidak diteruskan secara efektif kepada pedagang perantara maupun kepada petani, hal ini tidak sesuai dengan pendapat Mubyarto (1986).

Integrasi harga di tingkat petani dan pedagang perantara dalam jangka panjang ditunjukkan oleh koefisien regresi ($\alpha_{2.1} = 0.5537 < 1$), antara pedagang perantara dan pedagang antara ($\alpha_{2.2} = 0.9278 < 1$) dan antar petani dan pedagang antar pulau ($\alpha_{2.3} = 0.4420 < 1$). berarti dalam jangka panjang harga baik, di tingkat petani dan pedagang perantara, pedagang perantara dan pedagang antar pulau maupun antara petani dan pedagang antar pulau cenderung terintegrasi.

Tampilan Pasar

Untuk mengetahui tampilan pasar pada pemasaran ternak sapi potong di DTB-NTT, dapat dilihat dari :

- a. **Farmer Share.** Farmer share adalah bagian harga yang diterima petani peternak dari harga yang dibayar pedagang antar pulau. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga rata-rata ternak sapi potong per ekor di DTB-NTT yang dibayar oleh pedagang antar pulau pada tahun 2008, 2009 dan 2010 berturut-turut Rp. 6.616.008,20; Rp. 6.338.872,41 dan Rp. 6.691.833,33 sedangkan harga rata-rata yang diterima petani peternak berturut-turut sebesar Rp. 4.409.344,26; Rp. 4.519.827,59 dan Rp. 5.424.074,07. Dengan demikian bagian harga yang diterima petani peternak (*farmer's share*) di Kabupaten Kupang berturut-turut 66,65%; 71,31% dan 75,73% dari harga yang dibayar oleh pedagang antar pulau. Rata-rata *farmer's share* di DTB-NTT adalah 75,95%. Hasil analisis *farmer's share* di atas berarti pemasaran ternak, sudah berlangsung cukup adil, meskipun pada berbagai tingkatan pasar ternak sapi di wilayah ini belum terintegrasi secara sempurna. Hal ini mungkin disebabkan oleh sistem jual beli ternak sapi di daerah ini di mana pedagang antar pulau langsung membeli ternak dari petani, sehingga harga yang diterima sama besarnya dengan harga yang diterima

pedagang perantara dari pedagang antar pulau.

- b. **Margin Pemasaran.** Yang dimaksud dengan margin pemasaran dalam penelitian ini adalah perbedaan harga di tingkat pedagang antar pulau dengan harga di tingkat petani peternak. Analisis margin dilakukan untuk semua tingkatan pasar yang dilalui oleh ternak sapi potong mulai dari petani peternak sampai pedagang di Jakarta mempunyai margin pemasaran ternak sapi potong di Daratan Timor Barat NTT masih tergolong cukup tinggi yakni 62,17%.

- c. **Share Keuntungan Pedagang.** Distribusi margin maupun keuntungan tidak merata di antara lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ternak sapi potong di DTB-NTT. Hal ini terlihat rasio keuntungan dan margin, di mana untuk pedagang perantara 88,57% dan pedagang antar pulau hanya 48,33%. Rasio dari total keuntungan terhadap margin pemasaran sebesar 66,71%. Dengan pendekatan ini juga mendukung pendekatan sebelumnya bahwa pemasaran ternak sapi potong di DTB-NTT belum efisien.

Salah satu komponen biaya yang tergolong besar adalah penyusutan bobot badan ternak selama pengangkutan yang mencapai 15,40% dari total biaya pemasaran. Tingginya penyusutan bobot badan ternak ini disebabkan dalam pengantar-pulau ternak sapi potong dari daerah ini ke Jawa (Jakarta) masih menggunakan kapal kargo, bukan menggunakan kapal yang dirancang khusus untuk tujuan ini. Sedangkan tingginya keuntungan pedagang perantara dibandingkan dengan pedagang antar pulau disebabkan oleh karena komponen biaya dalam jumlah maupun dalam nilai uang yang dikeluarkan para pedagang perantara tidak sebanyak/sebesar yang dikeluarkan pedagang antar pulau.

Strategi Peningkatan Penerimaan Peternak Sapi Potong di DTB-NTT.

Salah satu strategi peningkatan penerimaan petani peternak adalah dengan

diasumsikan bahwa semua petani peternak dalam menentukan harga jual ternak berdasarkan berat badan hidup.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa model regresi linear sederhana untuk 3 tingkatan pasar yakni petani peternak – pedagang antar pulau (Pf – Pap), petani peternak – pedagang perantara (Pf – Pp) dan pedagang perantara – pedagang antar pulau (Pp – Pap) sebagai berikut:

a) Model regresi linear untuk tingkat pasar Pf – Pap

Persamaan (2) menunjukkan bahwa koefisien $\beta < 1$ ($b = 0.9709$), berarti struktur pasar ternak sapi potong di DTB-NTT, antara petani dan pedagang antar pulau berada dalam keadaan bersaing sempurna. Berarti jika terjadi perubahan harga di Cikarang Jakarta sebagai pasar acuan sebesar 1% terhadap pedagang antar pulau, maka perubahan harga tersebut

$$\text{LnPf} = 0.1860 + 0.9709 \text{ LnPap} \quad (2)$$

$$\text{Se} : (0.1127) (0.0072)$$

$$\text{Tstat} : (1.6502) (134.2460)$$

$$t_{0.01/2; (80)} : 1.645 ;$$

$$R^2 = 0.9959$$

diteruskan secara sempurna yakni sebesar 1 % (dibulatkan) ke tingkat petani. Akibatnya perubahan harga yang terjadi tersebut dapat dengan segera dinikmati oleh tingkat pasar paling bawah dalam hal ini para petani. Hal ini berbeda dengan yang dinyatakan oleh Goodwin and Schroeder, 1991) yang disitir Pendel dan Schroeder (2006) bahwa pasar yang tidak terintegrasi akan merefleksikan informasi harga secara tidak tepat, sehingga dapat diartikan bahwa jika pasar terintegrasi akan merefleksikan harga secara tepat.

b) Model regresi linear sederhana untuk tingkat pasar Pf – Pp

Persamaan (3) menunjukkan bahwa koefisien $\beta < 1$ ($b = 0.9875$), berarti struktur

pasar ternak sapi potong di DTB-NTT antara petani dan pedagang perantara berada dalam keadaan bersaing sempurna. Hal berarti apabila terjadi perubahan harga yang dialami oleh pedagang

$$\text{LnPf} = 0.1176 + 0.9875 \text{ LnPp} \quad (3)$$

$$\text{Se} : (0.0752) (0.0049)$$

$$\text{tstat} : (1.5625) (202.0444)$$

$$t_{0.01/2; (80)} : 1.645; R^2 = 0.9982$$

perantara sebesar 1%, maka perubahan harga tersebut diteruskan secara sempurna yakni sebesar 0.9875 % (dibulatkan menjadi 1%) ke tingkat petani. Akibatnya perubahan harga yang terjadi tersebut dapat dengan segera dinikmati oleh tingkat pasar paling bawah dalam hal ini para petani.

c) Model regresi linear sederhana untuk tingkat pasar Pp – Pap

Persamaan (4) menunjukkan bahwa koefisien $\beta < 1$ ($b = 0.9813$), berarti struktur pasar ternak sapi potong di DTB-NTT antara pedagang perantara dan pedagang antar pulau berada dalam keadaan bersaing sempurna. Hal berarti apabila terjadi perubahan harga di pasar acuan, dalam hal ini pasar Cikarang Jakarta

$$\text{LnPp} = 0.0997 + 0.9813 \text{ LnPap} \quad (4)$$

$$\text{Se} : (0.1164) (0.0075)$$

$$\text{tstat} : (0.8568) (131.4055)$$

$$t_{0.01/2; (80)} : 1.645; R^2 = 0.9957$$

sebesar 1% terhadap pedagang antar pulau, maka perubahan harga tersebut diteruskan secara sempurna yakni sebesar 0.9813 % (dibulatkan menjadi 1%) ke tingkat pedagang perantara. Akibatnya perubahan harga yang terjadi tersebut dapat dengan segera dinikmati oleh tingkat pasar dibawahnya (pedagang perantara).

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: IMC antara harga ternak sapi potong di tingkat petani dan pedagang perantara sebesar 1.0040; antara petani dan pedagang antara pulau 1.0048; dan antara pedagang

perantara dan pedagang antar pulau sebesar 1.0714. Berarti dalam jangka pendek harga ternak sapi potong di ketiga pasar belum teritegrasi secara sempurna atau belum efisien.

Farmer's share dalam pemasaran ternak sapi di DTB-NTT sudah berlangsung cukup adil, meskipun pada berbagai tingkatan pasar ternak sapi di wilayah ini belum terintegrasi secara sempurna. Rata-rata farmer's share adalah 75,95%.

Margin pemasaran 62,17%; profit margin 66.71%. Profit margin terbesar diterima pedagang perantara yakni 60.70%, pedagang antar pulau sebesar 29.30%. Distribusi margin pemasaran masih timpang, yakni pedagang perantara 88.57% dan pedagang antar pulau sebesar 48.33%

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Penerbit PAPYRUS. Jln Semolowaru Indah Blok I-15 Surabaya 60119.
- Asmarantaka RW. 2009. *Pemasaran Produk-Produk Pertanian*. Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran. Penerbit Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Goodwin BK, Piggott NE. 2001. Spatial Market Integration, in the Presence of Threshold Effects. *American Journal Agricultural Economics Association*, 83(2): 302-6017
- Kurniawan AR. 2014. *Total Marketing*. Penerbit Kobis. Jl Imogiri Barat RT 5 no 95 Bangunharjo Sewon Bantul Yogyakarta 55187.
- Lalus MF. 2001. Integrasi Pasar Pada Sistem Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kawasan Timor Barat Nusa Tenggara Timur. "AGRI-TEK" *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*. Universitas Merdeka Madiun. 1(2):
- Mubyarto 1986. *Pengantar Ekonomi Pertanian* Edisi Ketiga. Penerbit Lembaga Penelitian, Pendidikan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.
- Pendell, Dustin L, Schroeder TC. 2006. Impact of Mandatory Price Reporting on Fed Cattle Market Integration. *Journal of Agricultural and Resource Economics* 31(3):568-579
- Sexton, Richard J, King CL, Carman HF. 1991. Market Integration, Efficiency of Arbitrage and Imperfect competition. Methodology and application to U.S Celery. *American Journal of Agricultural Economics*. 73 (3): 568-580.
- Sudiyono A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Edisi kedua UMM Press, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.